

ПРЕИМУЩЕСТВА ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ И РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

О.В. Володько

Полесский государственный университет, Olga_Volodko@mail.ru

Для подъёма реального сектора экономики нужны большие инвестиции в предприятия всех отраслей. Необходимость присутствия банков на рынке инвестиций совершенно очевидна. Именно банки располагают достаточно развитой инфраструктурой, способной обеспечить эффективный переток капиталов в экономике. Кроме того, они аккумулируют свободные денежные средства, которые представляют интерес с точки зрения привлечения их в качестве инвестиций в реальный сектор экономики. Поэтому инфраструктура банковской системы должна служить на благо развития реального сектора и экономики в целом.

Политика банков, претерпевшая изменения в отношении экономической целесообразности кредитования реального сектора экономики, предприятий малого бизнеса, остро нуждающихся в увеличении оборотных средств, создают предпосылки для увеличения количества участников и расширения рамок функционирования самого кредитного рынка [1, с. 78].

Белорусские банки продолжают активно кредитовать реальный сектор экономики. По данным Национального банка РБ объем кредитования экономики в 2010 году по сравнению с 2009 годом увеличился на 40 %. Финансирование, поступающее со стороны банков, является основным источником роста валового внутреннего продукта Беларуси. Тем не менее, Министерство экономики Беларуси считает принять меры по увеличению кредитования реального сектора экономики, в первую очередь реализации инвестиционных проектов. Среди приоритетных направлений кредитования экономики определены инвестиционные проекты инновационного характера, а также проекты, направленные на развитие экспорта, поддержку малого и среднего бизнеса. Белорусские банки должны в большей степени ориентироваться на поддержку отечественных производителей, повышая спрос на их продукцию за счет кредитных услуг [2, 3].

Предпосылками для развития системы взаимодействия предприятий и банков являются наличие у предприятий острого недостатка собственных средств, необходимых для дальнейшего функционирования, с одной стороны, и невозможность дальнейшего функционирования банковского сектора без преодоления оторванности от производственной сферы – с другой.

При построении системы взаимодействия банка с клиентами – юридическими лицами банк, а именно он будет инициатором формирования и главным связующим звеном в работе системы, руководствуется следующими принципами:

1. Принцип партнерства. Партнерские отношения обладают определенными свойствами. Им присуще: добровольность, взаимозаинтересованность, коммерческий характер взаимодействия банка с предприятием.

2. Принцип длительности взаимодействия банка с каждым из его клиентов. Данный принцип вытекает из особенности банковского продукта как реализуемого товара, т.е. услуги, оказываемой на протяжении определенного времени или даже бессрочно, поэтому банк, заключая соглашение с клиентом, предполагает взаимодействие на максимально длительный срок.

3. Принцип комплексного обслуживания. Банк заинтересован оказать клиенту весь (или максимально возможный) комплекс банковских услуг, в которых тот нуждается.

Подъем предприятий производственной сферы, их развитие собственными силами практически невозможно без привлечения дополнительных источников финансирования. Партнерская форма финансовых взаимоотношений возникает при участии банка в разработке плановых финансовых документов предприятия и заключении договора о его комплексном банковском обслуживании. В зависимости от срока, на который планируется сотрудничество, можно говорить о стратегических и тактических клиентах.

Наиболее подходящим и заинтересованным партнером в разработке результативного финансового плана для предприятия считается коммерческий банк, клиентом которого оно является. Перечень положительных эффектов тесного сотрудничества хозяйствующего субъекта с коммерческим банком приводится в таблице.

Таблица 1 – Результат сотрудничества хозяйствующего субъекта и коммерческого банка

Для предприятия	Для банка
повышение дохода	структурированная ресурсная база банка
повышение дохода за счет ускорения оборачиваемости денежных средств (оборотности дебиторской задолженности, снижения затрат по кредиторской задолженности)	увеличение процентных доходов за счет оптимизированной структуры финансовых потоков, комиссия
регулирование налоговой базы (налоговое планирование)	заданная структура привлеченных средств
финансовый инжиниринг	потенциал повышения эффективности использования финансовых ресурсов
фондирование оборотных средств	диверсификация рисков: процентного, ликвидности, кредитного
оптимизация оборотного капитала и денежных потоков	привлечение и удержание денежных потоков предприятия за счет использования большего количества финансовых продуктов
имидж предприятия в среде потребителей продукции	имидж банка в клиентской среде

Приведенные аргументы свидетельствуют о том, что коммерческий банк является наиболее подходящим субъектом для разработки альтернативного варианта развития предприятия. В силу того, что банковский финансовый аналитик обладает собственными информационными источниками и методами прогнозирования рыночных тенденций, и глубже знает возможности банка по решению различных финансовых проблем, то он может предложить оптимальный вариант решения финансовых проблем предприятия [4, с. 89].

Кроме того, установление партнерских финансовых отношений выгодно банку и потому, что дает ему некоторые инструменты для решения следующих задач его финансового менеджмента:

- структурирования привлеченных денежных средств по срокам, объемам и стоимости;
- повышения качества текущей и срочной ликвидности банка;
- регулирования процентного риска за счет гибкой ценовой политики и диверсификации сроков и объемов привлечения денежных средств клиентов;
- расширения ресурсной базы и соответственно возможностей проведения активных операций, обеспеченных структурированными ресурсами;
- регулирования организационной, финансовой, коммерческой и функциональной устойчивости;
- расширения клиентской базы и занятия новых рыночных ниш;
- приобретения имиджа «клиентоориентированного» и «технологичного» банка, предлагающего предприятиям банковские продукты, обеспечивающие решение их индивидуальных проблем;
- увеличения срочных денежных средств в ресурсной базе банка, по сравнению со средствами на счетах до востребования;
- обеспечения сбалансированности между прибыльностью и ликвидностью банка.

Национальным банком Республики Беларусь в 2010 году был проведен мониторинг 2 107 предприятий реального сектора экономики Республики Беларусь. По результатам проведенного мониторинга наибольшая часть предприятий (45 процентов) в 2010 г. пользовалась услугами только одного банка (в 2009 г. – 53 %), 51,6 % (44,2 %) – услугами двух и более банков. При этом в качестве потенциальных партнеров для сотрудничества предприятия видят, прежде всего, структурные подразделения и филиалы белорусских банков (69,1 % респондентов) [5].

При выборе банка предприятия в наибольшей степени руководствуются наличием опыта сотрудничества с банком, уверенностью в финансовом состоянии банка, удобным его расположением, постоянной возможностью кредитования, а также уровнем квалификации персонала банка. В 2010 г. по сравнению с 2009 г. более всего возросла значимость таких факторов, как применение банком компьютерных технологий, наличие опыта сотрудничества с банком, изменение банком условий оказания услуг и уровень квалификации персонала банка. В наименьшей степени на выбор респондентами банка влияли рекомендации партнеров, а также требования органов государственной власти и вышестоящей организации.

Среди предприятий наиболее популярны следующие виды банковских услуг: кассовое обслуживание, платежные поручения, зачисление заработной платы работников на вкладные и карт-счета, платежные требования, чеки, использование кредитных линий, операции с иностранной валютой, услуги удаленного доступа, пластиковые карточки. Наиболее существенно в 2010 г. относительно 2009 г. выросло использование услуг технологий удаленного доступа, зачисление заработной платы работников на вкладные и карт-счета, использование информационно-аналитических услуг. При этом следует отметить снижающуюся популярность инкассации, большинства расчетного обслуживания (за исключением аккредитивов в национальной и иностранной валюте), услуг по операциям с иностранной валютой. Одновременно растет востребованность всех видов кредитования, особенно посредством кредитной линии.

В 2010 г. наиболее значимыми факторами, влиявшими на использование предприятиями услуг банков, были: деятельность предприятия (86,9 процента опрошенных), уверенность в банке (83,1 процента), ставки по кредитам банка (82,8 процента), а также уровень тарифов (81,8 процента). Более слабое влияние оказали льготы банка предприятию (65,5 процента предприятий), изменения в налогообложении (61,8 процента), ставки по депозитам (59,3 процента), а также наличие других источников средств у предприятия (57,7 процента респондентов).

Подавляющее большинство респондентов удовлетворено как качеством услуг (95,6 процента), так и уровнем обслуживания (96 процентов) банков (в 2009 г. удельный вес таких ответов составлял 97 и 96,8 процента соответственно). При этом высокий уровень обслуживания отметили 50,8 процента предприятий (в 2009 г. – 46 процентов), высокое качество услуг – 48,6 процента (44,7 процента).

В 2011 г. предприятия ожидают роста потребности во всех услугах, за исключением размещения свободных денежных средств. Наиболее значимо возрастет потребность предприятий в краткосрочных и долгосрочных кредитах, финансировании деятельности на внутреннем рынке, купле-продаже валюты, финансировании деятельности на внешнем рынке, а также в инкассации. Рост потребности в обслуживании совокупного долга, получении наличных рублевых средств, приобретении наличной иностранной валюты, а также в покупке – продаже ценных бумаг будет менее значительным [5].

Стабильность клиентской базы банка и его способность привлекать новых перспективных клиентов являются определяющими факторами развития банка в долгосрочной перспективе. Практика показывает, что наиболее успешно развивается бизнес тех банков, которые сумели создать систему комплексного и льготного обслуживания ведущих клиентов с ориентацией на общую доходность, которую приносят их операции. Это позволяет гибко подходить к работе с клиентами, в частности, устанавливать индивидуальные тарифы по услугам банка.

Важным направлением клиентской политики банка является реализация принципа "создание клиента", в том числе при работе с крупными предприятиями. Очевидно, банк заинтересован в повышении устойчивости рыночных позиций ведущих клиентов, увеличении спроса на их продукцию, то

есть, заинтересован во всех аспектах их деятельности, которые способны привести к росту выручки, а соответственно и увеличить обороты, проводимые

по счетам в банке. В силу этого банк может выступать с инициативой в части расширения операций клиента, модернизации производства. Особенно это касается ситуаций, когда банк наблюдает повышение активности конкурентов его клиента.

В целях повышения эффективности инвестиционного обслуживания клиентуры немаловажную роль играет также существующая в банке структура взаимодействия подразделений и разделение зон ответственности. Зачастую происходит так, что "продуктовые" подразделения, занимающиеся активными операциями, не имеют возможности расширить операции и повысить качество своих портфелей из-за отсутствия заявок от крупных клиентов. В то же время, подразделения, ответственные за привлечение клиентуры, не могут заинтересовать потенциальных клиентов работой с банком, так как у них не налажено взаимодействие и обмен информацией с "продуктовыми" подразделениями.

Актуальным вопросом клиентской политики банка является разработка стратегии комплексного развития отношений с корпоративными клиентами, при реализации, которой интересы банка в наибольшей степени соответствовали бы интересам клиента. Это особенно важно в долгосрочной перспективе, учитывая снижение значимости краткосрочных операций банков и обострение конкуренции на финансовом рынке. Поэтому приоритетом развития банковской системы является кредитование реального сектора экономики. Вопрос лишь в том, каким образом, допуская банки на рынок инвестиций, сохранить стабильность и высокую надежность банковской системы.

На основе вышеизложенного можно сделать вывод, что партнерская форма отношений позволяет более эффективно решать многие задачи финансового менеджмента, как предприятия, так и банка. Это создает объективные предпосылки для ее успешного развития на рынке банковских услуг.

Литература:

1. Савчук, Т. Стимулирование инвестиционной активности банков / Т. Савчук // Вестник ассоциации белорусских банков. – 2005. – №8. – С. 30-33.
2. Банковская системы Беларуси [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://ekonomika.by/otrasli-ekonomiki/bankovskaya-sistema-belarusi-voz-ne-tyanet> – Дата доступа: 19.03.2011.
3. Минэкономики предлагает увеличить кредитование реального сектора экономики Беларуси [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://zn.by/minekonomiki-predlagaet-velichit-kreditovanie-realnogo-sektora-ekonomiki-belarusi.html> – Дата доступа: 19.03.2011.
4. Масленченков, Ю.С. Технология и организация работы банка / Ю.С. Масленченков. – М.: ООО Издательско-Консалтинговая компания «ДЕКА». – 2008. – 305с.
5. Мониторинг предприятий реального сектора экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: www.nbrb.by/publications/EnterpriseMonitoring/2010/mp_201010.pdf – Дата доступа: 19.03.2011.